

## **ABSTRAK**

**Analisis Difusi Inovasi Produk Pakaian Dalam Mempertahankan Loyalitas Klien di**

**PT Busanaremaja Agracipta**

**Eldhea Verenisa Kristy**

**210710094**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis difusi inovasi produk pakaian dalam mempertahankan loyalitas klien di PT Busanaremaja Agracipta. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma post-positivisme, penelitian ini berfokus pada peran Departemen Design Innovation Center (DIC) dalam mengembangkan strategi inovasi produk. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Busanaremaja Agracipta menerapkan proses difusi inovasi yang sistematis, meliputi identifikasi kebutuhan pasar, pengembangan produk berbasis tren, dan umpan balik klien. Perusahaan memanfaatkan saluran komunikasi konvensional dan digital untuk mempromosikan inovasi, serta mengintegrasikan keberlanjutan dalam produknya. Tantangan utama meliputi penyesuaian harga dengan kualitas inovasi dan optimalisasi media digital. Penelitian ini menyoroti pentingnya kolaborasi antar-departemen dan responsivitas terhadap umpan balik klien untuk mempertahankan loyalitas.

**Kata Kunci** : Difusi inovasi, loyalitas klien, inovasi produk, komunikasi pemasaran, industri garmen.

## **ABSTRACT**

### ***Analysis of Product Innovation Diffusion in Maintaining Client Loyalty at PT***

***Busanaremajaja Agracipta***

**Eldhea Verenisa Kristy 210710094**

*This study aims to analyze the diffusion of clothing product innovation in maintaining client loyalty at PT Busanaremajaja Agracipta. Using a descriptive qualitative approach with a post-positivism paradigm, the research focuses on the role of the Design Innovation Center (DIC) Department in developing product innovation strategies. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The results indicate that PT Busanaremajaja Agracipta implements a systematic innovation diffusion process, including market needs identification, trend-based product development, and client feedback. The company utilizes both conventional and digital communication channels to promote innovation and integrates sustainability into its products. Key challenges include balancing innovation quality with pricing and optimizing digital media. The study highlights the importance of inter-departmental collaboration and responsiveness to client feedback to sustain loyalty.*

**Keywords:** *Innovation diffusion, client loyalty, product innovation, marketing communication, garment industry.*